

1ère Semaine des médias à l'école

Des élèves actifs donnent des nouvelles radioactives



CHRISTIAN GEORGES, CHARGÉ DE MISSION À LA CONFÉRENCE INTERCANTONALE DE L'INSTRUCTION PUBLIQUE DE LA SUISSE ROMANDE ET DU TESSIN

Combiner découverte du monde de l'information et utilisation des TIC : dans le cadre de la 1ère Semaine des médias à l'école, les classes romandes ont joué le jeu et réalisé des travaux surprenants!

«Cent morts et des milliers de personnes évacuées». La présentatrice du journal télévisé maîtrise son émotion en annonçant la catastrophe : un train contenant des déchets nucléaires de la centrale de Mühleberg a déraillé. Un envoyé spécial commente l'accident. Une ministre et des experts scientifiques se succèdent sur le plateau. Toutes ces personnes ont moins de 20 ans. Normal : ce sont des élèves de l'Ecole française de Berne, engagés dans la 1ère Semaine des médias à l'école.

Du 22 au 26 mars 2004, proposition était faite aux enseignants de tous les cantons romands d'organiser avec les élèves une animation autour du thème «L'info en tête». L'action avait été lancée par la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande (CIIP), sur proposition de sa Commission des médias et des technologies dans l'éducation (COMETE). L'objectif ? Apprendre aux élèves à identifier les sources des informations et des images, réfléchir à la hiérarchie des nouvelles dans les médias, découvrir la diversité de la presse.

Portés par l'enthousiasme

A Berne, les élèves de Florence Ducasse ont donc choisi de réaliser un journal télévisé sur un faux accident de train aux conséquences radioactives. «Nous avons d'abord analysé de vrais journaux télévisés», commente un élève. «Ensuite, il a fallu rechercher un sujet intéressant. Nous nous sommes documentés sur le nucléaire. Puis nous nous sommes répartis les rôles...»

Portés par leur enthousiasme, les élèves ont travaillé d'arrache-pied : il a fallu écrire les inter-

ventions à faire à l'antenne, réaliser des diapositives et infographies à projeter en fond d'écran, concocter un générique TV (en plaquant le son du journal de 20 heures sur TF1...). Florence Ducasse ne s'est pas laissée freiner par des obstacles techniques. Le tournage s'est déroulé dans un petit labo de 15 m². Un tabouret posé sur une table a servi de pied de caméra. Une simple lampe de bureau éclairait le plateau. Les élèves ont été confrontés aux contraintes réelles des journalistes: la pression du temps, la nécessité d'écrire des textes courts, de garder leur sang-froid en cas d'accroc dans la lecture...

A l'Ecole française de Berne, la Semaine des médias n'était pas réservée qu'aux grands : c'était un véritable projet d'établissement, qui touchait aussi les élèves du primaire et même les petits de la maternelle. Eux aussi réalisaient leur journal, en collant sur de grandes feuilles la description et les photos de leur carnaval ou de leur sortie à ski...

La «Une» réalisée par les élèves

Neuf activités assorties de fiches pédagogiques avaient été proposées aux enseignants sur le site d'éducation aux médias www.e-media.ch. La plus ambitieuse consistait à réaliser la «Une» d'un journal dans



le délai d'une journée. L'Agence télégraphique suisse (ATS) avait mis à disposition toutes les dépêches tombées dans la journée du 18 mars (plus de 200!). Cette masse d'informations était assortie d'une sélection de photos de l'agence Keystone.

De Monthey à La Chaux-de-Fonds, plusieurs classes ont brillamment relevé le défi : une vingtaine de projets ont été soumis aux organisateurs de la Semaine des médias à l'école. L'Ecole des Buissonnets à Sierre a même proposé six séquences d'ouverture de journal télévisé, réalisées, filmées et montées par les élèves eux-mêmes. La galerie des «Unes» peut être admirée sur le site www.e-media.ch.

Apprendre en imitant

Quelques constatations au terme de cet exercice :

- Offrir aux élèves de réaliser leur propre produit médiatique est un excellent moyen de les intéresser au monde de l'information. Mais ils éprouvent davantage de plaisir à pasticher et à imiter ce qu'ils connaissent qu'à faire entendre une voix différente dans le concert des médias.

- Lors des recherches sur internet, Google est véritablement considéré comme un outil magique, qui aurait réponse à tout. Pour illustrer une information, les élèves ne craignent pas de recourir à une photo qui n'a qu'un rapport éloigné, sans égard pour la source. C'est lorsqu'on insiste sur l'exigence de précision qu'ils mesurent les limites du moteur de recherche. L'enseignant doit avoir à cœur de mettre l'accent sur la phase de recul critique.

- Lorsqu'ils avaient quasiment

terminé leur exercice, les journalistes en herbe ne surfaient pas sur des sites d'information en salle multimédia. Ils s'adonnaient presque tous à des jeux avec des animations 3D.

- Bien des d'élèves «devinent» l'information au lieu d'en prendre connaissance. Ils croient identifier le sujet dont il est question en un éclair sur la base d'une photo ou d'un mot-clé. Entrer dans le sujet en lisant trois phrases paraît déjà un gros effort.

Cette 1ère édition de la Semaine des médias à l'école a rencontré un écho assez inespéré. Plus de 150 classes de Suisse romande ont organisé des animations. Près de 5000 journaux leur ont été offerts par les organes de presse partenaires et de multiples débats avec des professionnels des médias ont eu lieu dans les collèges. L'opération est soutenue par l'OFFT dans le cadre du partenariat public-privé «Ecole sur le net». Avant les éditions 2005 et 2006, les enseignants se verront proposer des journées à thème de formation continue. Car il devient toujours plus flagrant qu'avec les nouvelles technologies de la société de l'information, l'école doit désormais savoir combiner éducation aux médias, aux images et aux TIC. Et dans l'idéal, cet apprentissage devrait s'intégrer harmonieusement dans les disciplines habituelles. @

Annonce de manifestation

Tour-de-Clic.ch repart !

Tour-de-Clic.ch est une campagne de la Confédération pour faire connaissance avec le monde de l'Internet et pour sensibiliser le public à la thématique au fossé numérique en Suisse. Vu le succès de cette initiative qui a eu lieu en automne 2003 pour la première fois, les organisateurs - le Service de Coordination Société de l'Information à l'OFCEM - a décidé de répéter cet expérience en 2004. Deux nouvelles étapes sont ainsi prévues, afin de promouvoir l'utilisation de l'Internet parmi les aînés, les femmes et d'autres groupes de la population qui ne



disposent pas d'accès aux nouvelles technologies. Le bus jaune du Tour-de-Clic.ch sillonnera la Suisse en deux temps. D'abord, au mois de mai, il touchera principalement la Suisse alémanique, et ensuite, en octobre, il visitera la Romandie, le Tessin et la Suisse Centrale. Nous vous attendons nombreux !

Pour plus d'informations, veuillez visiter le site www.tour-de-clic.ch

Voici le calendrier de la première étape de Tour-de-clic.ch, du 5 au 18 mai 2004 :

Mercredi 5 et jeudi 6 mai 2004, à Fribourg

Vendredi 7 et samedi 8 mai 2004, à Delémont

Lundi 10 et mardi 11 mai 2004, à Liestal

Mercredi 12 et jeudi 13 mai 2004, à Brugg

Vendredi 14 et samedi 15 mai 2004, à Romanshorn

Lundi 17 et mardi 18 mai 2004, à Herisau

Impressum

Publication de l'Office fédéral de la communication (OFCEM), *infosociety.ch newsletter* est la lettre d'information mensuelle du Bureau de coordination société de l'information.

Responsable de la publication: Roberto Rivola - Rédaction: Linda Cotti Brisebois (resp.), Sabine Brenner, Bettina Nyffeler & Ka Schuppisser. Traduction: OFCEM.

Ont participé à ce numéro: M. Denz, M. Meier, E. Bollmann, T. Bader, C. Georges.

Les articles signés en nom propre représentent les opinions du ou des auteurs, mais non les vues du SC SI, de l'OFCEM, ou de toute autre agence des administrations fédérales et cantonales.

Pour plus d'information sur l'action de la Confédération suisse dans le domaine de la société de l'information : <http://www.infosociety.ch>.

Toute personne intéressée à rédiger un article en lien avec la société de l'information en Suisse et dans le monde peut nous contacter sur newsletter@infosociety.ch.